

تقرير حول

التضخم والأرقام القياسية
لأسعار المستهلك عن شهر مارس

0,135532

2022

Ministry of Planning Bureau of Statistics and Census

وزارة التخطيط مصلحة الإحصاء والتعداد

1.1% increase in average consumer prices during March 2022 compared to the previous month (February 2022).

Consumer price inflation continued to rise during the month of March of this year, the results of comparing the consumer price index for the month of March 2022 to the previous month (February 2022) showed a 1.1 % rate increase.

By analyzing the data of the indices of the influential main and sub-groups, to which the rise in the general index is attributed, it was found that the main group of food and beverages, which represents 38.8% of the weight of the general index, increased by 1.3%. That was due to the high prices of most of the sub-groups of this main group of food and beverages, among those sub-groups, the most increase occurred in the prices of the sub-group of Oils and fats by 2.0% , the vegetables sub-group both increased by 1.3%, the meat sub-group by 1.2%, the sub-group of fruits increased by 1.1%, As for the subgroup of bread and cereals, it increased by 0.7%, followed by the group of milk, cheese and eggs, which amounted to 0.7%, while the sub-groups of both the sugars sub- group and the other foodstuff sub-group both increased also by 0.7%, the same was true for the water, beverages and juices group, which amounted to 0.7%, while the .coffee and tea group, increased by 0.6%

The main group of housing, water and electricity which represents 22.7 % of the weight of the general index(it is the second largest group in terms of relative importance after the food main group) increased by 0.1%,

Among the housing sub-groups that increased the most was the prices of the sub-group of repair and maintenance supplies, which increased by 1.4%. Followed by the main group for transportation, it increased by 0.7%, the main group for clothes and shoes increased by 0.6%, the health group increased by 0.5%, the communications group increased by 0.5%, followed by the entertainment and culture group, which increased by 0.4%. While the group of restaurants and hotels increased by 0.4%. The furniture group increased by 0.3%, while the group .of other goods and services increased by 0.2%

The rest of the other major groups showed no change in prices which mean they did not affect the general index.

1.1 % الارتفاع في متوسط أسعار المستهلك خلال شهر مارس لسنة 2022 مقارنة بشهر فبراير السابق

واصل التضخم في أسعار المستهلك ارتفاعه خلال شهر مارس من هذا العام فقد أظهرت نتائج مقارنة الرقم القياسي لأسعار المستهلك لشهر مارس بشهر فبراير السابق ما نسبته 1.1%.

ومن خلال تحليل بيانات الأرقام القياسية للمجموعات الرئيسية والفرعية المؤثرة، والتي يُعزى إليها الارتفاع في الرقم القياسي العام تبين أن المجموعة الرئيسية للغذاء والمشروبات هي أعلى مجموعة ساهمت في الارتفاع الذي حدث في أسعار المستهلك خلال الفترة المذكورة والتي تمثل 38.8 % من وزن الرقم القياسي العام ارتفعت بنسبة 1.3 % والسبب في ذلك يرجع إلى ارتفاع أسعار معظم المجموعات الفرعية المكونة لها، ومن أكثر المجموعات الفرعية للغذاء ارتفاعاً كانت أسعار المجموعة الفرعية للزيوت والدهون بنسبة 2.0% والمجموعة الفرعية الخضراوات ارتفعت بمعدل 1.3%. أما المجموعة الفرعية للحوم فقد زادت بنسبة 1.2 % والمجموعة الفرعية للفواكه بلغت بمعدل 1.1%، أما المجموعة الفرعية للخبز والحبوب فقد زادت بمعدل 0.7% يلي ذلك مجموعة الحليب والأجبان والبيض فقد بلغت نسبتها 0.7%.

أما بالنسبة للمجموعة الفرعية للسكريات فقد زادت بمعدل 0.7% ومجموعة المواد الغذائية الأخرى ارتفعت بنسبة 0.7%. يلي ذلك مجموعة المياه والمشروبات والعصائر بلغت بمعدل 0.7% ومجموعة القهوة والشاي فقد زادت نسبتها 0.6%.

بينما المجموعة الرئيسية للسكن والماء والكهرباء فقد ارتفعت بنسبة 0.1% وهي ثاني أكبر مجموعة من حيث الأهمية النسبية بعد مجموعة الغذاء وهي تشكل 22.7% من وزن الرقم القياسي العام .

ومن أكثر المجموعات الفرعية للسكن ارتفاعاً كانت أسعار المجموعة الفرعية للوازم التصليح وصيانة المسكن فقد زادت بنسبة 1.4% . يلي ذلك المجموعة الرئيسية للنقل فقد بلغت بمعدل 0.7% والمجموعة الرئيسية للملابس والأحذية فقد زادت بنسبة 0.6% أما مجموعة الصحة فقد بلغت نسبتها 0.5% ومجموعة الاتصالات ارتفعت بمعدل 0.5% يلي ذلك مجموعة الترفيه والثقافة زادت بنسبة 0.4%. بينما مجموعة المطاعم والفنادق فقد بلغت بمعدل 0.4%.

ومجموعة الأثاث زادت نسبتها 0.3% أما مجموعة السلع والخدمات الأخرى فقد ارتفعت بنسبة 0.2%.

بينما باقي المجموعات الرئيسية الأخرى فقد شهدت استقراراً لم يؤثر في الرقم القياسي العام .

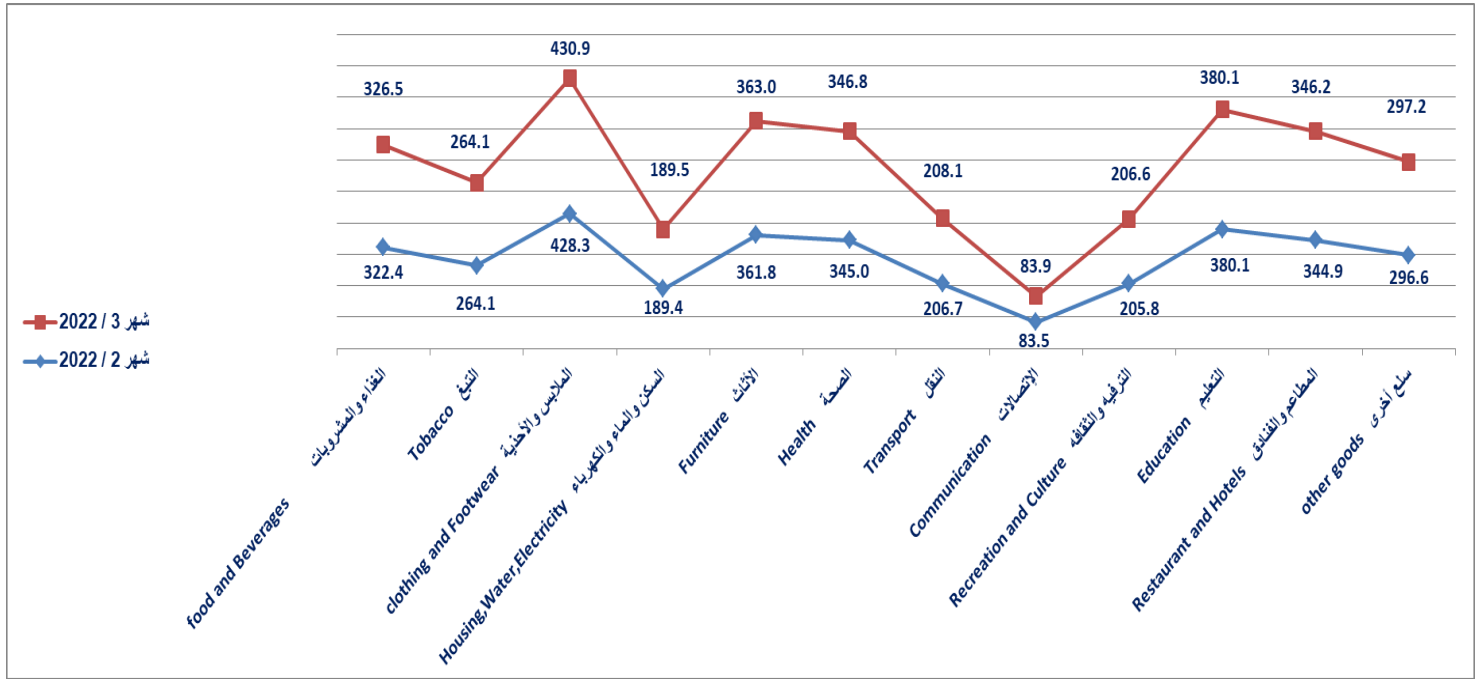
Table shows the index numbers for the main groups, the general index for the months of February and March 2022, and the monthly rate of change for March 2022

جدول يبين الأرقام القياسية للمجموعات الرئيسية والرقم القياسي العام لشهري فبراير ومارس 2022 ومعدل التغير لشهر مارس 2022.

Main Groups	معدل التغير %	مارس 2022	فبراير 2022	Weight	المجموعات الرئيسية	Code
	M-o-M	Mar.	Feb.			
General Index	1.1	287.5	284.4	100	الرقم القياسي العام	00
food and Beverages	1.3	326.5	322.4	38.8	الغذاء والمشروبات	01
Tobacco	0.0	264.1	264.1	0.7	التبغ	02
clothing and Footwear	0.6	430.9	428.3	6.4	الملابس والأحذية	03
Housing,Water,Electricity,Other fuel	0.1	189.5	189.4	22.7	السكن والماء والكهرباء والغاز وأنواع الوقود الأخرى	04
Furniture and Household Equipment	0.3	363.0	361.8	4.9	الأثاث والأجهزة المنزلية	05
Health	0.5	346.8	345.0	4.1	الصحة	06
Transport	0.7	208.1	206.7	8.1	النقل	07
Communication	0.5	83.9	83.5	2.7	الاتصالات	08
Recreation and Culture	0.4	206.6	205.8	2.8	الترفيه والثقافة	09
Education	0.0	380.1	380.1	4.0	التعليم	10
Restaurant and Hotels	0.4	346.2	344.9	1.7	المطاعم والفنادق	11
Miscellaneous goods and Services	0.2	297.2	296.6	3.1	السلع والخدمات الأخرى	12

رسم بياني يوضح تطور الأرقام القياسية حسب المجاميع الرئيسية لشهري فبراير ومارس 2022

A graph showing the development of indices according to the main totals for the months of February and March 2022



رسم بياني يوضح معدل التغير حسب المجاميع الرئيسية لشهر مارس 2022

A graph showing the rate of change according to the main aggregates for the month of March 2022

